

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan maka akan dapat diketahui kesimpulan dari penelitian bahwa :

1. Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan, Dan Risiko Yang Dirasakan secara simultan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya.
2. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya.
3. Kemudahan penggunaan yang dirasakan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya.
4. Risiko yang dirasakan secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap niat menggunakan internet banking pada Bank CIMB Niaga di Surabaya.

#### **5.2 Keterbatasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Banyaknya responden yang kurang serius dalam menjawab kuesioner dikarenakan faktor situasional
2. Tidak didapatkan izin survey ke Bank CIMB Niaga langsung sehingga perlu

dilakukan survey ke lokasi lain untuk mendapatkan responden yang tepat.

3. Karakteristik responden yang kurang bervariasi dikarenakan 100% responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa.

### 5.3 Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank CIMB Niaga
  - a. Untuk meningkatkan pengguna *internet banking* Bank CIMB Niaga sebaiknya Bank CIMB Niaga terus menarik kepercayaan nasabah dengan memberikan informasi yang positif dan berusaha untuk memperoleh berbagai penghargaan agar nasabah Bank CIMB Niaga berpersepsi bahwa Bank CIMB Niaga dapat dipercaya. Sehingga dapat meningkatkan niat nasabah dalam menggunakan *internet banking* Bank CIMB Niaga.
  - b. Untuk meningkatkan pengguna *internet banking* Bank CIMB Niaga sebaiknya Bank CIMB Niaga terus menanamkan persepsi kemudahan dalam penggunaan *internet banking* kepada nasabah melalui pemberian informasi ataupun sosialisasi kepada nasabah agar meningkatkan niat nasabah dalam Menggunakan *internet banking* Bank CIMB Niaga.
2. Bagi peneliti selanjutnya
  - a. Untuk hasil yang lebih baik maka disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak dan lebih banyak karakteristik.

- b. Untuk diperolehnya penelitian yang lebih baik, maka ada baiknya menambah jumlah indikator, jumlah variabel, dan jumlah item pertanyaan yang diajukan.



## DAFTAR RUJUKAN

Aderonke,A,Adesina. 2010. "An Empirical Investigation of the Level of Users' Acceptance of E-Banking in Nigeria". *Journal of Internet Banking and Commerce*. Vol : 15 (April). Hal 1-13

Chau,Patrick.,Lai,Vincent. 2003. "An empirical investigation of the determinants of user acceptance of internet banking". *Journal of Organizational Computing & Electronic Commerce*. Vol : 13 (February). Hal 123-145

[www.cimbniaga.com](http://www.cimbniaga.com) (Jakarta), diakses Oktober 2015

Esti Dwityanti. 2008. "*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri*". Tesis program pascasarjana, Universitas Diponegoro Semarang

Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Edisi Kelima. Semarang : Universitas Diponegoro.

Iramani. 2013. *Modul Statistika 2*. Surabaya : STIE Perbanas Surabaya

Kesharwani,Ankit., dan Singh,Bisht,Shailendra. 2011. "The impact of trust and perceived risk on internet banking adoption in India". *International Journal of Bank Marketing*. Vol : 30 (August). Hal 303-322

[www.keuangan.kontan.co.id](http://www.keuangan.kontan.co.id) (Jakarta), diakses Oktober 2015

Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta Erlangga

Kusuma, Hadri dan Dwi Susilowati. 2007. "Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta". *Jurnal Akuntansi Auditing Indonesia*. Vol : 11 (February). Hal 125-139

Lee,M. 2009. "Factor Influencing the adoption of internet banking". *Electronic Commerce Research and Applications*. Vol 8 (November). Hal : 130-141

[www.marsindonesia.com](http://www.marsindonesia.com) (Jakarta), diakses September 2015

Nasri, Wadie., Charfeddine, Lanouar. 2012. "Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia: An integration theory of acceptance model and theory of planned behavior". *Journal of High Technology Management Research*. Vol : 23(March). Hal 1-14

- Nazar dan Syahrani. 2008. *"Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online"*. Tesis Program Pasca Sarjana. Universitas Gajahmada Yogyakarta.
- Ni Putu Sulastini dan I Gde Ketut Warmika. 2013. "Aplikasi TAM, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan dalam Menjelaskan Niat Menggunakan Internet Banking". Skripsi. Universitas Udayana
- Ratih Wijayanti. 2009. *"Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking (Studi Empiris Terhadap Nasabah Bank di Depok)"*. Skripsi, Universitas Gunadarma
- Saleh, Al-Ajam, Ali. 2013. "Influencing Factors on Behavioral Intention to Adopt Internet Banking Service". *World Applied Sciences Journal*. Vol : 22 (November). Hal 1652-1656
- Sartika Sari Ayu Tjini, dan Zaki Baridwan. 2012. *"Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking"*. Skripsi, Universitas Brawijaya.
- Sedarmayanti, dan Syarifudin Hidayat. 2002. *Metodologi Penelitian*. Bandung : Mandar Maju
- Sri Maharsi & Yuliani Mulyadi. 2007. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol : 9 (1). Hal 18-28.
- Yousafzai, Shumaila., Pallister, Jhon., dan Foxall, Gordon. 2009. "Multi-dimensional role of trust in Internet banking adoption". *The Service Industries Journal*. Vol : 29 (May). Hal 591-605